

## Cadillac dice que no habrá más modelos de combustión interna para 2030

Ingeniería, 13/05/2021



En una conferencia de prensa en la web esta semana, Cadillac presentó su SUV eléctrico para el año modelo 2023. El

Lyriq, dijeron ejecutivos de la compañía, serviría como la primera prueba de producción del fabricante de automóviles de Detroit en un plan ambicioso: Cadillac, dijeron, eliminaría los automóviles con motor de combustión interna por completo de su línea para 2030.

“Es el momento perfecto para dar este giro”, dijo Rory Harvey, vicepresidente global nacido en Gran Bretaña de Cadillac en la presentación de Lyriq a principios de esta semana. Si bien Cadillac continuará vendiendo su variedad actual de sedanes y SUV a gasolina, incluida su sumamente rentable SUV Escalade, Harvey dijo que cada nuevo Cadillac introducido en Norteamérica en el futuro será un vehículo eléctrico de lujo.

“Es un registro público que dijimos que entraríamos en esta década como una marca ICE y dejaríamos esta década como una marca de vehículos eléctricos”, dijo Harvey.

El Lyriq ofrece un rango de manejo estimado por la compañía de más de 300 millas, con 340 caballos de fuerza (255 kW) y 325 libras-pie (441 Nm) de torque de un solo motor de imán permanente de tracción trasera. Se está trabajando en una versión AWD de doble motor más potente, la mejor para los compradores estadounidenses que prefieren la tracción en todas las ruedas en sus SUV.

El precio competitivo de \$ 59,990 del Lyriq, totalmente equipado, sugiere que GM está avanzando en su objetivo de reducir los costos de fabricación y batería de EV, en parte a través de su creciente capacidad de batería cautiva. (La única opción de costo adicional del Lyriq son rines de 22 pulgadas a \$ 1,550, con rines de 20 pulgadas estándar). Ese precio socava drásticamente a un par de rivales eléctricos de marcas heredadas: el Jaguar iPace a \$ 71,000, o el Audi E-Tron a \$ 67,590. Ambos modelos pueden sobrepasar los \$ 80,000 con opciones.

Un Tesla Model X Long Range es más espacioso y decisivamente más poderoso que el Caddy, y ofrece un rango nominal de 360 ??millas (579 km) (aunque más cercano a 300 (483 km) en la conducción en el mundo real). El Tesla comienza desde \$ 91,190, después de un aumento de precio de \$ 10,000 para la versión rediseñada de 2021; un Model X Plaid de gran potencia ahora cuesta \$ 119,990.

Cadillac dijo que su SUV de tamaño mediano ahora llegaría a las salas de exhibición en marzo de 2022, nueve meses antes de lo programado originalmente, y un contraste sorprendente con las demoras crónicas de Tesla en los nuevos productos. Pero el desarrollo acelerado, con Cadillac ya probando y afinando el prototipo de Lyriq, muestra la urgencia de la marca por cerrar la brecha con Tesla y establecerse como una marca eléctrica legítima. El único automóvil electrificado anterior de Cadillac, el cupé híbrido enchufable ELR que compartía tecnología con el Chevrolet Bolt, fue un fracaso notorio, encontrando menos de 3,000 compradores entre 2012 y 2014 antes de que General Motors lo desconectara. Cadillac también está gestionando un éxodo de concesionarios franquiciados que no están de acuerdo con los grandes planes de vehículos eléctricos, ofreciendo compras a cientos de concesionarios y reduciendo drásticamente su red de EE. UU.

El Lyriq, entonces, se convierte en una prueba de fuego para una marca que alguna vez fue sinónimo de yates terrestres sedientos de combustible; que más recientemente cambió hacia los sedanes de alto rendimiento con cebos alemanes que atrajeron elogios de la crítica pero ventas modestas. ¿Puede Cadillac, cuyas ventas globales se dispararon un 66 por ciento en el primer trimestre de 2021, convencer a suficientes consumidores con mentalidad de lujo para que no solo renuncien a la gasolina, sino que pongan Cadillac en sus listas de compras junto con Tesla?

La propia GM está invirtiendo hasta 27.000 millones de dólares en vehículos eléctricos y coches autónomos para 2025, superando su gasto en desarrollo de gasolina y diésel, para llevar al mercado al menos 30 nuevos modelos globales. Eso es parte del compromiso público de GM de ser totalmente eléctrico para 2035. Pero al igual que otros fabricantes de automóviles importantes que hacen promesas similares, incluidos Ford, Volvo y Jaguar, esos fabricantes de automóviles se sentirán libres de ajustar el rumbo (disculpas opcionales) si los clientes no están dispuestos a cambiar. a los vehículos eléctricos de manera tan precipitada como parecen ansiosos los fabricantes de automóviles de hoy.

Steve Carlisle, director de GM en Norteamérica, dijo a Automotive News que, si bien la compañía tiene la intención de cumplir su promesa eléctrica, no puede ver cómo su negocio se desvanece si la demanda del mercado no es compatible con los vehículos eléctricos.

"Estamos todos, pero necesitamos que otras personas se unan a nosotros", dijo Carlisle. "Vamos a hacer todo lo posible para que ese futuro se haga realidad. Hay un poco de llevar al caballo al agua".

Por un lado, AlixPartners estima que se necesitarán \$ 300 mil millones para crear una red de carga pública para respaldar los vehículos eléctricos incluso en los niveles de 2030, \$ 50 mil millones de eso en los EE. UU. El presidente Joe Biden está haciendo que la red de carga sea una prioridad de su plan de infraestructura de \$ 2.25 billones, con la promesa de instalar 500.000 cargadores para 2030, para "ganar el mercado de vehículos eléctricos". Para impulsar la adopción de vehículos eléctricos, \$ 174 mil millones en gastos incluyen créditos fiscales para vehículos eléctricos para compradores, dinero para reacondicionamiento de fábricas y materias primas de origen estadounidense e incentivos para la infraestructura de carga.